

**EVALUASI IKLAN OBAT DI STASIUN TELEVISI SWASTA NASIONAL
TAHUN 2014 BERDASARKAN ATURAN WHO TAHUN 1988,
KEPMENKES NOMOR 386 TAHUN 1994, DPI TAHUN 2005**

**Sherly Mecillia
118114151**

INTISARI

Penyimpangan iklan obat terus meningkat. Secara berturut-turut penyimpangan iklan obat terjadi sebesar 18%, 20% dan 23,8% pada tahun 2007, 2009 dan 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi iklan obat periode bulan Juni, Juli dan Agustus 2014, berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini termasuk observasional dengan rancangan deskriptif. Pengambilan data dilakukan dengan observasi langsung iklan obat pada 3 stasiun televisi swasta (Trans7, RCTI dan SCTV), selama 3 hari dalam 3 bulan yang berbeda. Data yang diambil meliputi produsen obat, kelas terapi obat, golongan obat, kelengkapan informasi dan jumlah frekuensi. Dasar acuan yang digunakan dalam evaluasi iklan obat ini adalah Kriteria Etik Promosi Obat oleh WHO tahun 1998, Kepmenkes No. 386 tahun 1994, Etika Pariwisata Indonesia oleh DPI tahun 2005. Analisis data yang digunakan metode statistik deskriptif. Hasil disajikan dalam bentuk tabel dan diagram disertai penjelasan.

Tidak ada iklan obat yang sesuai dengan Kriteria Etik Promosi Obat oleh WHO tahun 1988 dan Kepmenkes No. 386 tahun 1994. Iklan obat yang tidak sesuai dengan aturan Etika Pariwisata Indonesia oleh DPI tahun 2005 sebesar 34,8%.

Kata kunci: evaluasi iklan obat, televisi, WHO, DPI, Kepmenkes

ABSTRACT

Deviations of drug advertisement keep increasing. The drug advertisement deviations occurred to be 18%, 20% dan 23,8% in 2007, 2009 and 2012 respectively. The aims of this research is to evaluate drug advertising period in June, July and August 2014, based on established terms use.

This is an observational and descriptive design research. The data were collected by direct observation on drug advertising at 3 private television station (Trans7, RCTI and SCTV), for 3 days in 3 different months. The drug manufactures, therapeutic class of drugs, drug classes, completeness of the drug information and frequency were taken as data. Basic reference which used in this evaluation of drug advertising is Ethical Criteria Drug Promotion by WHO in 1998, the Decree of Health Minister No. 386 in 1994, the Indonesia Advertisement Ethics by DPI 2005. Data were analyzed using descriptive statistical methods. The results presented in tables and diagram with explanation.

There was no drug advertisement which appropriate with Ethical Criteria Drug Promotion by WHO in 1988 and the Decree of Health Minister No. 386 in 1994. Drug advertisement which not appropriate with the rules of Ethics Advertisement Indonesia by DPI in 2005 was 34,8%.

Key word: drug advertisement evaluation, television, WHO, DPI, Decree of Health Minister

